

## תוכן עניינים

### עמוד

תקציר מנהלים.....	3-4
פרק 1 – מהות המיזם.....	5-8
1.1 הגדרת הצורך.....	5 6
1.2 הפיתרון.....	6
1.3 קהל יעד ושוק.....	7
1.4 הצוות והקניין הרוחני.....	7-8
פרק 2 - ניתוח המיזם והשוק.....	9-23
2.1 הגדרת השוק.....	9-12
2.2 ניתוח השוק.....	12-14
2.3 אפיון הלקוחות.....	14-15
2.4 המתחרים.....	15-18
2.5 שרשרת הערך הענפית.....	19-20
2.6 מודל פורטר.....	20-21
2.7 ניתוח s.w.o.t.....	21-23
פרק 3 - אסטרטגיה ושיווק.....	24-33
3.1 חזון, מטרות ויעדים.....	24
3.2 קו מנחה אסטרגי.....	24-25
3.3 מודל ההכנסה.....	25-27
3.4 תוכנית שיווקית.....	27-30
3.5 תוכנית אופרטיבית.....	30-33
פרק 4 - תוכנית פיננסית.....	34-45
ביבליוגרפיה.....	46-47
נספחים.....	48-52

## תקציר מנהלים

מיזם Bell Seat הינו התקן למניעת שכחת ילדים ברכב, מדובר בהתקן טכנולוגי המופעל ע"י חיישני משקל הן בכיסא מושב הבטיחות והן במושבי הרכב.

חזונו של מיזם Bell seat, הוא שמירה על ילדים בישראל ע"י מוצרים המתריעים על סכנה, ובכך מצילים את חיי הילדים באמצעות שילובם של טכנולוגיות חדשניות. המיזם מעורר צורך חדש לצרכן, ששואף למנוע אסון היכול לקרות לכל אחד. היעד שהמיזם חותר אליו הינו הגעה לפלח שוק של 25% תוך 4 שנים מיום הקמתו קרי מכירת כמות מוצרים של 19,000 בשנה לערך.

חברי הצוות מותאמים למטרה זו ומחולקים לתפקיד התואם את אופיו של כל אחד:  
**נועם טרי** הינו המנכ"ל בעל תואר שני במנהל עסקים ופקיד בכיר בבנק.

**אבייתר מעברי** בעל תואר שני וניסיון עשיר במכירות וטכניקות שיווקיות.

**אוראל בושארי** בעל תואר שני במנהל עסקים, חשמלאי, ועצמאי בתחום שיפור ועיצוב פני הבית במשך כ-9 שנים מה שנותן לו את הידע הניסיון וההבנה בתחום התפעול והפרקטיקה של המיזם.

בשנים הראשונות קהל היעד אליו המיזם פונה הוא הורים טריים לילדים בני 0-4 בעלי מעמד סוציו אקונומי בינוני פלוס אשר מעוניינים להבטיח את ביטחון ילדיהם. השוק הינו בעל פוטנציאל גבוה במיוחד כאשר בכל שנה נולדים בממוצע מעל ל-180 אלף תינוקות. פלח השוק שאליה המיזם פונה בהתאם לקהל היעד הינו סדר גודל של 75,000 לקוחות כאשר מתוכם המיזם שואף לחדור בהדרגה ומכיבוש מהיר באמדתן של 10% בשנה הראשונה. בשנת 2022 המיזם צופה פנייה לקהל יעד רחב אף יותר שכולל את יצרניות מושבי הבטיחות.

המיזם יתמחר בהתאם לקהל היעד הראשוני אליו אנו פונים ולאחר חישובים כלליים של עלויות הייצור עם הבאה בחשבון של שינויים בעלויות אלו הוחלט כי מחירו ההתחלתי של המוצר לצרכן ינוע בין 420-450 ₪.

שוק ענף מוצרי הבטיחות לילדים מלא בהזדמנויות עסקיות וטומן בחובו הזדמנויות להגביר את מודעות ההורים לסכנות הגלומות בגידול ילדים במאה ה-21.

המיזם מייחס חשיבות להפעלת לובי בבית המחוקקים שיפעל לחוקק חוקים ו/או תקנות תעבורתיות חדשות הנוגעות להתקני מניעת שכחת ילדים ברכב בדומה למה שעשו בעבר עם חובת חגירת חגורת בטיחות.

האסטרטגיה העסקית שנבחרה היא בידול הן במותג הבטיחות והן בשירות שיינתן לאחר רכישת המוצר כדי ליצור יתרון תחרותי שגם אם יחוקה, בו בזמן החברה תכבוש פלח שוק לקוחות נאמן.

על פי TIWANA (2001) לקוח יהיה נאמן לחברה כאשר הוא יקבל הצעה הוגנת ותמורה מלאה, לעיתים מבלי לבדוק את הצעותיהם של המתחרים.

מימון המיזם ייעשה ע"י מכירת 49% מהון המניות של החברה שניב 2.3-2 מיליון ₪ שיושקעו בפיתוח ופרסום הפיילוט שמונה כ-500 מוצרים. כמו כן, החברה תפנה למערכת הבנקאית לגיוס הון נוסף של כחצי מיליון לערך כהלוואה בערבות מדינה שהיא בתנאים נוחים יותר ובפריסה ארוכת טווח.

כפי שהמיזם צופה במהלך שנת 2022 החברה תגיע לנקודת איזון והחל מנקודה זו היא תציג רווחים הולכים וגדלים. בשנת 2022 היזמים החליטו לחלק דיבידנדים בשיעור קבוע של 30% מהרווח הנקי נטו לאחר מס ולחזיר את ההלוואה הבנקאית שניתנה במהלך 2018 לצורך מימון המיזם.

במהלך השנים הראשונות המיזם צופה שיפור מתמיד בשיעורי הרווח הגולמי והתפעולי עד להשגת היעדים כפי שנקבעו בתוכנית הרב שנתית.

העבודה מציגה תוכנית עסקית בארבעה פרקים עיקריים:

1. מהות המיזם – הצגת המיזם, הצורך והפיתרון.
2. ניתוח שוק – הגדרת קהל היעד, ניתוח מתחרים וניתוח פרטני של פוטנציאל השוק תוך הצגת מודלים לניתוח שוק.
3. תוכנית אסטרטגית – מציגה את החזון והיעדים יחד עם האסטרטגיה שתוביל את המיזם ולאחר מכן תוכנית שיווקית ותוכנית אופרטיבית.
4. תוכנית פיננסית – מציגה את הדוחות הכספיים המשוערכים של המיזם תוך התחשבות באומדנים שנערכו בשוק שהינו בתחילת דרכו. כמו כן, התוכנית מציגה הנחות יסוד שלפיהן נבנתה וכן התוכנית מציגה את היחסים הפיננסיים להצגת נזילות החברה שתגביר את אטרקטיביות המיזם עבור משקיעים נוספים. בסופה יש תיאור קצר של תוכנית הפעולה כפי שהיזמים מצאו לנכון ומבחינים של כדאיות השקעה שתוצאותיהם חיוביות.

## פרק 1 – מהות המיזם

### 1.1 הגדרת הצורך

המיזם Bell Seat הינו פרי פיתוחם של היזמים, אשר חברו יחדיו בשנת 2016 כדי לענות על צורך אקוטי שהתעורר בשנים האחרונות: שכחת הילדים ברכב.

המיזם מעורר צורך טכנולוגי הבא למגר את תופעת שכחת הילדים ברכב על ידי מערכת חיישנים המזהה כי ישנו ילד ברכב, ומתריעה על כך לנהג בדמות מוצר חדשני, יצירתי שבעתיד יכול להוות חלק בלתי נפרד מהרכבים של כולנו. לדאבוננו הרב אנו עדים לתופעה קשה בשנים האחרונות שלעיתים הופכת לטרגדיה של ממש, הורים ובני משפחה שוכחים ילד קטן חסר אונים במושב האחורי באוטו. התופעה הזו הינה חובקת עולם בעידן של "מירוץ החיים" ולעיתים תכופות אנו לא שמים לב לדברים החשובים באמת- הילדים הקטנים של כולנו. (ראה נספח 5 קמפיין פרסומי חדש). כשבחודשי הקיץ החמים הטמפרטורה ברכב עולה עד כדי 70 מעלות ויותר, החום והיובש מתחילים לגרום למחסור באוויר, להזעה רבה ולמכת חום לתינוק. תופעה שעלולה לגרום למוות. על פי נתוני ארגון "בטרם" העוקב אחר פגיעות בילדים בישראל במגוון רחב של אירועים, השארת ילדים ברכב הינה אחת הפגיעות הבולטות בעונת הקיץ. מנתוני המערך הלאומי לנתוני היפגעות ובטיחות ילדים עולה כי: בין השנים 2008-2017 דווח בתקשורת על 445 מקרים של השארת ילדים לבד ברכב או של הילכדות/נעילה ברכב, בהם היו מעורבים 504 ילדים, 24 מן המקרים הללו הסתיימו במות הילד. קבוצת הגיל הבולטת היא של תינוקות ופעוטות בני 0-3 כ- 77% מכלל המעורבים בהיפגעות (כאשר פעוטות עד גיל שנתיים מהווים כ- 42% מכלל המקרים המעורבים. מבין כלל המקרים שתועדו כ- 57% עירבו השארת ילדים לבד ברכב, כ- 43% הילכדות הילד בתוך כלי הרכב ופחות מ- 1% שריפת רכב. מרבית המקרים היו במעורבות רכב פרטי – 87% אולם תועדו גם מקרי השארת ילדים או הילכדותם ברכבי הסעות כ-9% באוטובוס וכ- 4% וברכבת קלה פחות מ- 1%. ברוב המקרים- 91% בהם דווח על המגזר אליו היה שייך הילד, היו הנפגעים יהודים. כ- 60% מהמקרים שדווחו אירעו במהלך החודשים מאי - ספטמבר, שהם החודשים החמים בשנה. לכאורה לא מדובר במספר רב של מקרים, אך כל מקרה כזה הוא טרגדיה, מקבל סיקור והד תקשורתי נרחב והוא אסון לא רק לפעוט שנפגע אלא גם לנהג שהוא בד"כ בן משפחה שיחיה את כל חייו באשמה שגרם למוות הנוראי של יקירו. מניתוח הגורמים והסיבות המובאים בהמשך ומאפייני האוכלוסייה עולה כי מדובר באנשים נורמטיביים וכי לכל אחד זה עלול לקרות. אנשים משקיעים ככל יכולתם לספק את צורכי ילדיהם ולדאוג לרווחתם ובטיחותם ולכן ירצו לרכוש מוצר בטיחותי כדי להימנע מהאפשרות שמקרה טרגי כזה יקרה להם גם אם הסבירות נמוכה. יש לציין בנוסף כי במקרים מסויימים אף ניתן להטיל אחריות פלילית על המבוגר שנהג ברכב, בעיקר ברכבי הסעות.